

## **DIGITALISASI DAKWAH: TRANSFORMASI STRATEGI PEMBINAAN KEAGAMAAN REMAJA MELALUI MEDIA SOSIAL DI KANTOR URUSAN AGAMA KECAMATAN PENANGGALAN**

**Rizal Fahmi**

Kementerian Agama Kota Subulussalam

e-mail: [rzfahmio9@gmail.com](mailto:rzfahmio9@gmail.com)

**Ulil Azmi**

Kementerian Agama Kota Subulussalam

e-mail: [ulilazmi363@gmail.com](mailto:ulilazmi363@gmail.com)

Abstract	Abstrak
<p>This study analyzes the transformation of religious guidance strategies for youth by optimizing Instagram and TikTok social media at the Office of Religious Affairs in Penanggalan District, Subulussalam City. In the era of digital disruption, religious authorities face significant challenges in reaching Generation Z, who consume information in rapid, visual, and interactive patterns. Using a qualitative-descriptive case study approach, this research evaluates the transition from conventional-monologue da'wah to digital-participatory da'wah. Data was collected through digital activity observation, in-depth interviews, and analysis of engagement metrics on official social media platforms from September to October 2025. The findings indicate that utilizing innovative features significantly increases the reach of religious messages, achieving over 9,500 views within one month. This study concludes that integrating digital creativity can reconstruct the role of KUA as an adaptive center for community guidance. Practical implications emphasize the importance of enhancing digital literacy for religious extension</p>	<p>Penelitian ini menganalisis transformasi strategi pembinaan keagamaan remaja melalui optimalisasi media sosial Instagram dan TikTok di Kantor Urusan Agama Kecamatan Penanggalan, Kota Subulussalam. Di era disrupsi digital, otoritas keagamaan menghadapi tantangan besar dalam menjangkau Generasi Z yang memiliki pola konsumsi informasi yang cepat, visual, dan interaktif. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif berbasis studi kasus, penelitian ini mengevaluasi proses transisi dari dakwah konvensional-monolog menuju dakwah digital-partisipatif. Data dikumpulkan melalui observasi aktivitas digital, wawancara mendalam, serta analisis metrik keterlibatan pada platform media sosial resmi selama periode September hingga Oktober 2025. Temuan menunjukkan bahwa pemanfaatan fitur inovatif secara signifikan meningkatkan jangkauan pesan keagamaan, dengan capaian metrik mencapai lebih dari 9.500 tayangan dalam satu bulan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi kreativitas digital mampu merekonstruksi peran KUA sebagai pusat bimbingan umat yang adaptif. Implikasi</p>

workers to maintain the authenticity and moderation of content in cyberspace.	praktisnya menekankan pentingnya peningkatan literasi digital bagi penyuluh agama untuk menjaga autentisitas dan moderasi konten di ruang siber.
<b>Keywords:</b> <i>Digital Da'wah; Generation Z; Office of Religious Affairs; Social Media; Religious Extension Worker.</i>	<b>Kata Kunci:</b> <i>Dakwah Digital; Generasi Z; Kantor Urusan Agama; Media Sosial; Penyuluh Agama.</i>

PENDAHULUAN

Pergeseran paradigma komunikasi global di abad ke-21 telah membawa dampak sosiologis yang mendalam terhadap cara masyarakat mengakses, memproses, dan menginternalisasi nilai-nilai keagamaan. Kehadiran teknologi digital dan media sosial bukan sekadar fenomena teknis atau perkembangan infrastruktur informasi semata, melainkan telah menjelma menjadi ruang kontestasi identitas dan otoritas keagamaan baru. Fenomena ini terlihat sangat kontras pada kelompok generasi muda yang lahir dalam ekosistem digital atau dikenal sebagai Generasi Z (Pabbajah, 2024). Bagi institusi keagamaan resmi seperti Kantor Urusan Agama (KUA) dan para fungsional Penyuluh Agama Islam, realitas ini menuntut sebuah reorientasi radikal dalam metode bimbingan dan penyuluhan. Kesenjangan yang semakin lebar antara metode dakwah konvensional yang bersifat satu arah dengan preferensi komunikasi remaja kontemporer yang sangat interaktif menjadi kegelisahan akademik utama yang mendasari kajian ini (Indriyani & Khadiq, 2023).

Data menunjukkan bahwa mayoritas remaja di Indonesia merupakan pengguna berat media sosial dengan durasi penggunaan internet mencapai rata-rata 4 hingga 6 jam per hari (Jamilah et al., 2024). Dalam rentang waktu tersebut, mereka terpapar oleh ribuan konten yang sering kali menawarkan narasi keagamaan yang instan, dangkal, atau bahkan berpotensi radikal jika tidak diimbangi oleh kehadiran otoritas keagamaan resmi di ruang digital (Hafiz & Neni, 2025). Kondisi ini menciptakan apa yang disebut sebagai krisis otoritas digital, di mana sumber rujukan keagamaan tidak lagi didominasi oleh lembaga formal, melainkan oleh algoritma media sosial yang mengutamakan viralitas dibandingkan validitas keilmuan. Kantor Urusan Agama (KUA), sebagai unit kerja terkecil Kementerian Agama di tingkat kecamatan, memiliki posisi strategis untuk mengisi kekosongan narasi tersebut melalui transformasi digital layanan kepenyuluhan yang lebih segar dan relevan (Nurhaidah et al., 2025).

Kecamatan Penanggalan merupakan sebuah wilayah dengan karakteristik masyarakat yang plural di tengah nilai-nilai syariat dan tradisi keislaman yang kuat. Namun, wilayah ini tidak luput dari arus modernisasi masif yang masuk melalui gawai

setiap individu, khususnya para remaja. Sebelum dilakukannya langkah transformasi digital secara sistematis, pola pembinaan keagamaan di wilayah ini masih sangat bergantung pada pertemuan fisik di masjid, pengajian rutin di meunasah, atau kajian tatap muka lainnya yang memiliki keterbatasan jangkauan geografis dan waktu (Pabbajah, 2024). Kurangnya adaptasi lembaga terhadap tren visual populer seperti TikTok dan Instagram berisiko menciptakan jarak antara pesan-pesan Islam moderat dengan realitas kehidupan sehari-hari generasi muda yang lebih banyak dihabiskan di dunia virtual (Virga et al., 2025).

Pentingnya penelitian ini juga didorong oleh fenomena praktik keagamaan yang kini tidak lagi terisolasi dalam ruang-ruang sakral konvensional, melainkan telah meluruh ke dalam aktivitas harian di layar telepon pintar (Virga et al., 2025). Tanpa adanya keterlibatan aktif dari penyuluh agama yang kompeten secara digital, narasi keagamaan di ruang publik siber akan didominasi oleh aktor-aktor non-formal yang mungkin tidak memiliki kualifikasi keilmuan yang memadai (Pabbajah, 2024). Selain itu, ketergantungan remaja pada platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok sering kali dipicu oleh minimnya program keagamaan yang relevan dengan kebutuhan mereka di masjid atau lembaga tradisional (Idati, 2024). Oleh karena itu, revitalisasi peran KUA melalui strategi dakwah digital bukan sekadar pilihan inovatif bagi individu penyuluh, melainkan sebuah kewajiban institusional untuk menjaga ketahanan moral bangsa di era *society 5.0* (Rachmawati et al., 2025).

Tulisan ini berupaya membedah proses pemanfaatan media sosial sebagai sarana pembinaan keagamaan remaja di KUA Penanggalan, Kota Subulussalam. Orisinalitas kajian ini terletak pada penggabungan perspektif kepenyuluhan agama dengan teori komunikasi media baru melalui strategi *cyber-creation*. Fokus utama penelitian adalah bagaimana pesan-pesan moral keislaman dapat dikemas dalam format yang estetis tanpa kehilangan esensi substansial syariat (Nurhaidah et al., 2025). Orisinalitas kajian ini terletak pada penggabungan perspektif kepenyuluhan agama birokratis dengan teori komunikasi media baru, yang bertujuan untuk menemukan model dakwah yang adaptif terhadap algoritma teknologi namun tetap kokoh dalam prinsip moderasi beragama (Husna et al., 2025). Dengan mengeksplorasi strategi visual dan interaktif, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoretis dan praktis bagi pengembangan strategi bimbingan masyarakat Islam di Indonesia.

Secara lebih luas, pendahuluan ini menggarisbawahi bahwa transformasi digital di lingkungan KUA merupakan respons proaktif terhadap tantangan zaman. Keberhasilan dalam menjembatani komunikasi dengan Generasi Z akan menentukan masa depan religiositas masyarakat di tingkat lokal. Melalui analisis mendalam terhadap penggunaan TikTok dan Instagram, penelitian ini akan membuktikan bahwa otoritas keagamaan pemerintah dapat tetap relevan dan memiliki pengaruh yang kuat jika bersedia melakukan inovasi secara berkelanjutan (Putra et al., 2023). Alur

pembahasan dalam artikel ini akan dimulai dengan tinjauan teoretis mengenai perilaku digital remaja, diikuti dengan metodologi penelitian, analisis hasil implementasi di lapangan, hingga kesimpulan strategis bagi masa depan dakwah digital.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif berbasis studi kasus (*case study*). Fokus kajian diarahkan pada fenomena transformasi digital dalam bimbingan keagamaan yang dilakukan oleh praktisi penyuluhan di Kantor Urusan Agama (KUA) Kecamatan Penanggalan, Kota Subulussalam, Aceh. Lokus penelitian ini dipilih karena merepresentasikan tantangan nyata yang dihadapi oleh lembaga keagamaan di tingkat kecamatan dalam merespons arus informasi digital yang sangat cepat (Pabbajah, 2024). Periode pengambilan data dilakukan secara intensif selama dua bulan, yaitu pada September hingga Oktober 2025, untuk menangkap dinamika pertumbuhan akun dan interaksi audiens secara *real-time*.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui tiga instrumen utama. Pertama, observasi partisipatif terhadap seluruh rangkaian proses produksi konten digital, mulai dari tahap perencanaan materi, penyusunan naskah (*scripting*), proses pengambilan video, hingga tahap penyuntingan dan publikasi di media sosial (Febriana, 2021). Kedua, wawancara mendalam dilakukan kepada informan yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*, yang mencakup Kepala KUA selaku pimpinan manajerial, para Penyuluh Agama Islam fungsional, serta perwakilan remaja di Kecamatan Penanggalan sebagai audiens sasaran (Nurjanah, 2022). Ketiga, pengumpulan data melalui dokumentasi digital berupa analisis metrik keterlibatan (*engagement metrics*) yang diperoleh langsung dari fitur insight akun resmi Instagram dan TikTok KUA Penanggalan (Virga et al., 2025).

Data sekunder dikumpulkan melalui studi literatur terhadap berbagai regulasi, laporan kinerja, serta rujukan ilmiah bereputasi yang berkaitan dengan tema dakwah digital dan psikologi remaja. Proses analisis data dilakukan dengan mengikuti model sirkular Miles dan Huberman, yang meliputi tahap reduksi, penyajian data, serta penarikan kesimpulan (Purba et al., 2024). Validitas data melalui teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode untuk menjamin kedalaman interpretatif serta meminimalisir subjektivitas peneliti dalam melihat fenomena mediatisasi agama di era media baru (Pabbajah, 2024).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Fenomena Mediatisasi Agama dan Transformasi Otoritas di Kalangan Generasi Z

Fenomena mediatisasi agama telah mengubah lanskap keberagamaan remaja dari model yang berbasis institusi formal menuju model yang bersifat virtual dan cair. Bagi Generasi Z, media sosial bukan sekadar alat komunikasi atau hiburan, melainkan ruang utama untuk mencari literasi keagamaan secara instan melalui proses penalaran digital (Hafiz & Neni, 2025). Generasi Z cenderung mencari literasi keagamaan secara instan melalui gawai mereka, yang menyebabkan nilai-nilai Islam dikonstruksi ulang melalui visualisasi yang estetik dan menyenangkan (Virga et al., 2025). Transformasi ini menciptakan ruang keberagamaan baru yang memungkinkan individu untuk mengeksplorasi identitas religius mereka tanpa terikat oleh batasan geografis masjid atau KUA secara fisik (Pabbajah, 2024).

Pergeseran ini secara otomatis berdampak pada struktur otoritas keagamaan di masyarakat. Figur-figur populer di TikTok dan Instagram sering kali dianggap lebih otoritatif oleh remaja dibandingkan penyuluh agama konvensional karena gaya penyampaian mereka yang egaliter, jujur, dan mudah dipahami lintas usia (Widayanthi & Wulandari, 2025). Remaja masa kini cenderung menghindari komunikasi yang bersifat menggurui atau *top-down* dan lebih menghargai keterbukaan informasi dalam diskursus keagamaan (Husna et al., 2025). Hal ini mengharuskan lembaga seperti KUA untuk tidak lagi memosisikan diri sebagai institusi birokrasi yang kaku, melainkan sebagai sumber rujukan digital yang otoritatif dan komunikatif guna menjaga kepercayaan di ruang publik (H. et al., 2025).

Dalam studi di KUA Penanggalan, terlihat adanya upaya reposisi otoritas melalui pembentukan Tim Pengelola Media Sosial yang kredibel. Strategi ini bertujuan untuk menyeimbangkan antara modal kultural (*cultural capital*) berupa penguasaan ilmu agama yang mendalam dengan modal sosial (*social capital*) berupa kehadiran digital yang konsisten (Virga et al., 2025). Dengan hadirnya KUA di platform TikTok dan Instagram, KUA mencoba mengambil peran sebagai peer influencer atau teman sebaya digital yang mampu memberikan rasa aman psikospiritual bagi remaja di tengah derasnya arus hoaks keagamaan (H. et al., 2025). Langkah ini membuktikan bahwa otoritas keagamaan pemerintah dapat tetap memiliki taji jika mampu beradaptasi dengan preferensi media audiens modern tanpa mengurangi integritas nilai-nilai syariat (Nurhaidah et al., 2025).

### **Strategi Cyber-Creation dalam Produksi Konten Dakwah Visual**

Kunci keberhasilan dakwah di era digital terletak pada kemampuan penyuluh dalam mengelola proses kreatif atau yang disebut sebagai strategi *cyber-creation*. Berdasarkan hasil observasi di KUA Penanggalan, produksi konten dimulai dengan pemilihan tema-tema yang sangat dekat dengan problematika harian remaja, seperti etika berinteraksi di media sosial, pentingnya bimbingan pranikah sejak dini, hingga moderasi dalam beragama. Konten berbasis video pendek berdurasi 1-5 menit memiliki daya tarik paling kuat karena menjawab perilaku audiens digital yang

menyukai informasi ringkas, padat, dan langsung pada intinya atau *to-the-point* (Firdaus et al., 2025).

Pemanfaatan fitur inovatif seperti efek visual, teks bergerak, dan musik latar membantu memperkuat suasana emosional konten dakwah sehingga pesan moral dapat terserap lebih efektif (Sabrina & Razi, 2025). Strategi visual *storytelling* di KUA Penanggalan diimplementasikan dengan membingkai nilai-nilai keislaman ke dalam narasi dramatik yang relevan dengan problematika harian remaja. Penggunaan bahasa yang sederhana (*simple language*) sangat ditekankan untuk mengurangi resistensi audiens terhadap tema-tema sensitif seperti hukum Islam atau moderasi beragama (Andini et al., 2023). Selain itu, penyertaan *subtitle* pada video terbukti meningkatkan inklusivitas konten, terutama bagi pengguna yang mengonsumsi media di tempat umum tanpa suara maupun bagi penyandang disabilitas (Febriana, 2021).

Estetika visual yang konsisten juga memainkan peran sentral dalam membangun identitas digital KUA sebagai lembaga profesional dan terpercaya. Penggunaan palet warna simbolik keislaman yang dipadukan dengan tipografi Arab yang modern memberikan kesan dakwah yang menyegarkan dan tidak membosankan (Kurniawan & Tamami, 2025). Strategi ini mengikuti prinsip bahwa pesan yang baik harus disampaikan dengan cara yang indah (*ihsan*), di mana kemasan konten visual menjadi pintu masuk pertama bagi remaja untuk tertarik mendalami substansi keagamaan yang lebih berat (Nurhaidah et al., 2025). Dengan menggabungkan kreativitas teknis dan kedalaman materi, strategi produksi konten ini berhasil menciptakan pengalaman belajar agama yang menyenangkan bagi Generasi Z, sekaligus menjaga marwah institusi Kementerian Agama di ruang publik siber.

### **Analisis Keterlibatan Sosial dan Efektivitas Algoritma Platform**

Data performa digital selama masa penelitian menunjukkan perbedaan efektivitas yang signifikan antar platform. Akun TikTok resmi KUA Penanggalan berhasil mencapai angka 9.580 tayangan dengan interaksi dinamis melalui 484 suka dan puluhan komentar hanya dalam kurun waktu satu bulan operasional. Perolehan ini secara telak melampaui performa akun Instagram yang hanya mencatat 1.365 tayangan dalam periode yang sama (Putra et al., 2023). Fenomena ini membuktikan bahwa algoritma TikTok jauh lebih efektif dalam menyebarkan konten keagamaan ke audiens potensial melalui halaman For You Page (FYP), meskipun mereka belum secara resmi mengikuti akun tersebut (Virga et al., 2025).

Tingginya angka keterlibatan ini juga mengindikasikan adanya pergeseran budaya partisipasi religius di kalangan remaja Kecamatan Penanggalan. Mereka tidak lagi berperan sebagai penonton pasif, melainkan aktif memberikan umpan balik, bertanya dalam kolom komentar, hingga membagikan ulang konten tersebut ke

jaringan pertemanan mereka (H. et al., 2025). Interaksi dua arah ini menciptakan relasi psikospiritual virtual, di mana audiens merasakan konektivitas emosional dengan penyuluh agama meskipun tanpa pertemuan fisik (Hafiz & Neni, 2025). Remaja tidak lagi hanya menjadi penonton pasif, tetapi aktif memberikan umpan balik, bertanya, bahkan berbagi konten tersebut ke jaringan sosial mereka (Virga et al., 2025). Fenomena ini menciptakan budaya partisipasi religius yang kuat, di mana dakwah digital berfungsi sebagai media pembelajaran interaktif yang menumbuhkan kesadaran beragama secara kolektif (H. et al., 2025).

Keberhasilan mencapai metrik digital ini juga menunjukkan bahwa strategi distribusi pesan yang melampaui batasan geografis kecamatan mampu memperluas jangkauan pembinaan KUA hingga ke tingkat kota bahkan nasional (Adelia et al., 2024). Terbentuknya relasi psikospiritual antara penyampai pesan (penyuluh) dengan audiens di ruang virtual memberikan dimensi baru dalam layanan masyarakat Islam yang tidak terbatas oleh jam operasional kantor. Dengan demikian, data metrik keterlibatan bukan sekadar angka statistik, melainkan representasi dari tingkat literasi dan kesadaran beragama masyarakat di era informasi (Ridho, 2024).

### **Tantangan Literasi Digital dan Mitigasi Risiko Pendangkalan Makna**

Meskipun menawarkan potensi jangkauan yang luas dan interaktivitas yang tinggi, digitalisasi dakwah membawa tantangan serius terkait risiko pendangkalan makna ajaran Islam. Format konten yang bersifat snackable atau ringkas sering kali memaksa penyederhanaan dalil secara ekstrem yang jika tidak hati-hati, dapat menghilangkan konteks asli dari hukum Islam (Hafiz & Neni, 2025). Banyaknya konten keagamaan di ruang digital yang tidak terverifikasi atau hanya mengejar viralitas berpotensi menimbulkan kesalahpahaman epistemologi di kalangan remaja yang baru belajar agama (Pabbajah, 2024). Hal ini menuntut penyuluh agama untuk tidak hanya terampil secara teknis, tetapi juga tetap kokoh dalam penguasaan metodologi yang benar (Indriyani & Khadiq, 2023).

Ancaman eksternal berupa penyebaran hoaks keagamaan, narasi intoleran, dan ujaran kebencian di ruang siber juga menjadi kendala utama dalam bimbingan masyarakat Islam. Penyuluh dituntut untuk proaktif melakukan pengawasan terhadap isu-isu keagamaan yang sedang tren dan memberikan respons yang cepat serta akurat guna meredam informasi yang menyesatkan (Indriyani & Khadiq, 2023). Penguatan peran penyuluh sebagai aktor *cyber-creation* yang cerdas media menjadi langkah strategis untuk menjaga moderasi beragama di tengah pusaran algoritma yang cenderung polaritatif (Nurhaidah et al., 2025). Literasi digital bagi penyuluh bukan lagi sekadar kemampuan mengedit video, melainkan kemampuan menganalisis data audiens untuk menghasilkan konten kontra-radikalisme yang efektif (Umami & Solihin, 2021).

Strategi mitigasi yang diterapkan di KUA Penanggalan melibatkan sistem validasi konten oleh Kepala KUA selaku mentor untuk memastikan setiap kutipan dalil telah sesuai dengan standar keilmuan Islam yang moderat. Kolaborasi antar-generasi dalam tim pengelola, di mana penyuluh senior bertindak sebagai pengawas substansi dan penyuluh muda sebagai pelaksana teknis, terbukti efektif dalam menjaga kualitas narasi digital (Virga et al., 2025). Upaya sistematis ini penting untuk memastikan bahwa transformasi dakwah tetap berakar pada autentisitas syariat sekaligus adaptif terhadap dinamika zaman (Rachmawati et al., 2025). Melalui mitigasi yang ketat, KUA dapat menjamin bahwa setiap pesan yang tersebar di media sosial memberikan manfaat nyata bagi pembentukan karakter remaja (Hafiz & Neni, 2025).

### **Implikasi terhadap Masa Depan Pembinaan Keagamaan di Era Society 5.0**

Keberhasilan implementasi dakwah digital di KUA Penanggalan memberikan gambaran mengenai masa depan layanan masyarakat Islam di Indonesia. Menyongsong era society 5.0, di mana teknologi menjadi bagian tak terpisahkan dari solusi masalah kemanusiaan, lembaga pemerintah harus bertransformasi menjadi unit yang proaktif memanfaatkan kecerdasan buatan, analisis data besar, dan platform virtual lainnya (Rachmawati et al., 2025). Dakwah digital di masa depan tidak hanya terbatas pada video pendek, melainkan juga dapat merambah ke dunia *metaverse* atau konsultasi keagamaan berbasis *chatbot* AI untuk memberikan layanan bimbingan 24 jam. Kesiapan infrastruktur dan kompetensi SDM di tingkat KUA menjadi penentu keberhasilan visi moderasi beragama pemerintah di tingkat akar rumput (Umami & Solihin, 2021).

Pemanfaatan media sosial secara institusional juga berimplikasi pada peningkatan citra Kementerian Agama di mata publik sebagai lembaga yang responsif, modern, dan inklusif. Transformasi digital ini membuktikan bahwa KUA mampu keluar dari zona nyaman birokrasi tradisional dan masuk ke dalam ekosistem kreatif yang disukai generasi muda (Husna et al., 2025). Ke depan, direkomendasikan agar setiap KUA memiliki unit khusus pengelolaan media digital yang terintegrasi dengan data nasional, sehingga pemetaan kerawanan paham radikal di tiap kecamatan dapat dilakukan secara lebih akurat dan terukur. Kolaborasi lintas sektoral dengan lembaga pendidikan, ormas Islam, dan tokoh masyarakat lokal juga sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem dakwah digital yang tangguh (Nurhaidah et al., 2025).

Akhirnya, penelitian ini menegaskan bahwa peran penyuluh agama di abad digital telah mengalami pergeseran dari sekadar pemberi ceramah di mimbar menjadi fasilitator literasi digital keagamaan (Indriyani & Khadiq, 2023). Kemampuan untuk mengonstruksi makna religius yang mendalam melalui media baru merupakan kompetensi inti yang harus dimiliki oleh setiap ASN di lingkungan keagamaan. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai luhur keislaman dengan inovasi teknologi,



dakwah digital di KUA Penanggalan diharapkan dapat menjadi prototipe bagi transformasi layanan kepenyuluhan nasional yang lebih berdampak dan berkelanjutan. Keberlanjutan inovasi ini adalah kunci untuk melahirkan generasi muslim Indonesia yang taat beragama, cerdas media, dan cinta tanah air (Jamilah et al., 2024).

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa transformasi strategi pembinaan keagamaan melalui media sosial di KUA Penanggalan telah berhasil menjembatani kesenjangan komunikasi dengan Generasi Z. Pemanfaatan platform TikTok dan Instagram yang didukung oleh strategi visual interaktif terbukti mampu meningkatkan keterlibatan remaja dalam aktivitas religius secara signifikan. Temuan metrik digital yang melampaui ekspektasi awal mengonfirmasi bahwa otoritas keagamaan resmi dapat tetap relevan jika mampu beradaptasi dengan algoritma dan preferensi media audiens modern.

Signifikansi penelitian ini terletak pada pembuktian model *cyber-creation* sebagai solusi atas fenomena mediatisasi agama yang sering kali mengancam autentisitas ajaran Islam. Sinergi antara kredibilitas institusional KUA dengan kreativitas digital penyuluh agama mampu menciptakan ekosistem dakwah yang inklusif dan moderat. Hal ini menegaskan bahwa peran KUA di era digital tidak lagi terbatas pada fungsi administratif, melainkan telah berkembang menjadi pusat literasi dan bimbingan moral yang responsif terhadap dinamika *society 5.0*.

Penelitian ini mengidentifikasi bahwa keberlanjutan dakwah digital masih menghadapi tantangan berupa kesenjangan keterampilan teknis di antara aparatur keagamaan. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan sistematis untuk meningkatkan literasi digital bagi seluruh penyuluh agama melalui pelatihan berkelanjutan. Kajian mendatang diharapkan dapat mengeksplorasi lebih jauh mengenai dampak jangka panjang dari dakwah digital terhadap perilaku keagamaan harian remaja guna memberikan perspektif yang lebih komprehensif dalam pengembangan strategi bimbingan masyarakat Islam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, E., Choiriyah, I. N., Mawaddah, N., & Desnova, N. (2024). Pengaruh Agama terhadap Sikap Pancasila Generasi Z. *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 3(6), 2507–2515.
- Andini, I. P., Hamida, F. N., & Faristiana, A. R. (2023). Perubahan Dakwah di Era Digital. *Aladalah: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*, 1(2), 302–314. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i2.375>
- Febriana, A. (2021). Pemanfaatan Tik-Tok sebagai Media Dakwah: (Studi Kasus Ustad

- Syam, di Akun @syam\_elmarusy). *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, 11(2), 180–194. <https://doi.org/10.35905/komunida.v11i02.2068>
- Firdaus, Y., Azizurrochman, M. N., & Siswanto, A. H. (2025). Dakwah Digital: Optimalisasi Media Sosial sebagai Sarana Transformasi Sosial Islam. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(6), 746–755. <https://doi.org/10.59435/menulis.v1i6.426>
- H., M. A. D., U., N. A. R., Lillah, N. A., & Fadhil, A. (2025). Peran Dakwah Digital dalam Menanamkan Kesadaran Beragama bagi Remaja Generasi Z. *Jurnal Miftahul Ilmi: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.59841/miftahulilmi.v2i1.31>
- Hafiz, M. S., & Neni. (2025). The Impact of Social Media Use (TikTok/Instagram) on Generation Z's Understanding and Practice of Worship: An Islamic Religious Education Perspective. *Cendekiawan: Jurnal Pendidikan dan Studi Keislaman*, 4(4), 870–875. <https://doi.org/10.61253/cendekiawan.v4i4.485>
- Husna, L. I., Ichsan, Y., Amadea, N., Nasekha, D., & Purwitasari, A. (2025). Dakwah Digital: Urgensi TikTok sebagai Media Dakwah bagi Generasi Z. *Dirasat Islamiah: Jurnal Kajian Keislaman*, 4(2), 81–88. <https://doi.org/10.56324/drs.v4i2.76>
- Idati, A. L. A. (2024). Pendekatan Eksistensial Humanistik dalam Konseling Islam. *Cons-ledu: Islamic Guidance and Counseling Journal*, 4(1), 156–167. <https://doi.org/10.51192/cons.v4i1.736>
- Indriyani, P. I., & Khadiq. (2023). Transformation of Islamic Religious Practices in the Digital Era. *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi dan Dakwah*, 24(2), 175–192. <https://doi.org/10.14421/jd.2023.24205>
- Jamilah, Pramitha, D., Ubaidillah, A., & Sayeed, M. M. Bin. (2024). Gen Z's Religiosity Level: A Comparative Study between Indonesia and the United Kingdom. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 21(2), 307–318. <https://doi.org/10.14421/jpai.v21i2.8400>
- Kurniawan, A., & Tamami, A. Z. (2025). Estetika Visual dan Pengaruhnya terhadap Kenyamanan Psikologis dalam Ruang. *Imajinasi: Jurnal Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, 2(2), 82–94. <https://doi.org/10.62383/imajinasi.v2i2.620>
- Nurhaidah, S. N., Lubis, N., & Hidayatullah. (2025). The Role of Cyber-Creation in Da'wah for the Development of Urban Muslim Communities. *Hayula: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 9(2), 259–280. <https://doi.org/10.21009/hayula.009.02.06>
- Nurjanah, D. (2022). *Literasi Informasi Keagamaan pada Media Digital Generasi Z UIN Walisongo Semarang*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Pabbajah, M. (2024). The Religious Transformation of Gen Z in the New Media Era. *Islamic Communication Journal*, 9(1), 17–34. <https://doi.org/10.21580/icj.2024.9.1.20557>

- Purba, T. A. B., Wahyuningsih, G., Damanik, S. P., Ramadani, N. S., & Siregar, H. L. (2024). The Influence of Social Media to Religious Student Generation Z at Medan State University. *Jurnal Multidisiplin Sahombu*, 4(2), 487–496.
- Putra, R. A., Adde, E., & Fitri, M. (2023). Pemanfaatan Aplikasi TikTok sebagai Media Dakwah terhadap Generasi Z. *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 7(1), 58–71. <https://doi.org/10.32332/ath-thariq.v7i1.6410>
- Rachmawati, A., Purwoko, B., & Habsy, B. A. (2025). Pendekatan Konseling Realita dalam Dunia Pendidikan: Studi Literatur. *Al-Isyraq: Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, dan Konseling Islam*, 8(2), 1023–1038. <https://doi.org/10.59027/alisyraq.v8i2.897>
- Ridho, A. (2024). *Dakwah dan Literasi Keagamaan Lintas Budaya: Peluang dan Tantangan di Kancah Lokal sampai Global*. CV Jejak.
- Sabrina, N. B. N., & Razi, F. (2025). Dari Mimbar ke Layar: Dakwah Interaktif dan Pembentukan Engagement Audiens pada TikTok Ustadz Hanan Attaki. *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam*, 3(2), 210–223. <https://doi.org/10.30983/al-jamahiria.v3i2.10335>
- Umami, R., & Solihin, M. M. (2021). Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Motivasi Penyuluh Agama Islam di Kabupaten Cilacap. *Al-Isyraq: Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, dan Konseling Islam*, 4(2), 91–108. <https://doi.org/10.59027/alisyraq.v4i2.53>
- Virga, R. L., Shovmayanti, N. A., Yusoff, R. M., & Rosa, N. (2025). Yuk Ngaji: Digitalization of Generation Z's Religious Activities on Instagram Account. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 10(1), 149–184. <https://doi.org/10.22515/albalagh.v10i1.11024>
- Widayanthi, D. G. C., & Wulandari, C. I. A. S. (2025). *Communication Ethics: Etika Komunikasi Modern di Era Digital*. Deepublish Digital.